附件2

**微信朋友圈定向投放柳州脆蜜金桔**

**广告项目**

采购招标文件

项目编号：ZXCG4985997502023-001

**采购人：柳州市水果生产技术指导站**

**二○二三年八月**

目 录

[第一章 采购招标公告 1](#_Toc24986)

[第二章 竞标人须知 3](#_Toc31465)

[第三章 采购项目需求 4](#_Toc9945)

[第四章 招标书格式 5](#_Toc1764)

[第五章 合同主要条款 15](#_Toc6367)

[第六章 评分标准 19](#_Toc29577)

# 采购公告

柳州市水果生产技术指导站关于微信朋友圈定向投放

柳州脆蜜金桔广告项目（编号：ZXCG4985997502023-001）的采购公告

柳州水果生产技术指导站现对微信朋友圈定向投放柳州脆蜜金桔广告项目进行采购，欢迎符合条件的供应商前来参加采购活动。

**一、项目名称：**微信朋友圈定向投放柳州脆蜜金桔广告项目

**二、项目编号：**ZXCG4985997502023-001

**三、采购需求：**微信朋友圈定向投放柳州脆蜜金桔广告（如需进一步了解详细内容，详见招标文件）。

**四、采购预算：**人民币肆拾万元整（￥400000.00）。

**五、本项目需要落实的采购政策：**《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕 46号）。

**六、供应商的资格**

1.国内注册（指按国家有关规定要求注册的）具备独立法人资格，提供的服务或经营范围达到本次招标采购要求；

2.对在“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)等渠道列入失信被执行人、企业经营异常名录、重大税收违法案件当事人名单及其他不符合规定条件的供应商，将被拒绝参与本次政府采购活动。

3、本项目不接受未获取本招标文件的供应商竞标。

4、本项目不接受联合体竞标，不得以任何形式转包或分包。

**七、招标文件的获取**

招标文件详见本公告附件，获取时间：本公告发布之日起至2023年8月19日24时00分止。

未获取招标文件的投标人，采购人将拒收其响应文件,已获取招标文件的供应商不等于符合本项目的供应商资格。

**八、****响应文件提交的时间及地点**

响应文件提交时间：2023年8月15日0时00分至2023年8月24日24时00分止；

提交地点：广西柳州市鱼峰区新柳大道91号启元广场A座1512室，逾期送达将予以拒收。

**九、开标时间及地点**

开标时间：2023年8月25日09时30分（如有调整，以最终确定的时间为准）；

开标地点：广西柳州市鱼峰区新柳大道91号启元广场A座1339室。

**十、成交结果网上查询地址**

广西柳州农业农村局网站（http://nyncj.liuzhou.gov.cn/）——“通知公告”栏。

**十一、联系方式**

1.采购人：柳州市水果生产技术指导站

地址：广西柳州市鱼峰区新柳大道91号启元广场A座1512室

联系人：覃礼纳 联系电话：0772-2826654

柳州市水果生产技术指导站

2023年8月15日

# 第二章 竞标人须知

|  |  |
| --- | --- |
| 序号 | 内 容 |
| 1 | 招标人名称：柳州市水果生产技术指导站地址：广西柳州市鱼峰区新柳大道91号启元广场A座联系人：覃礼纳电话：0772-2826654 |
| 2 | 项目名称：微信朋友圈定向投放柳州脆蜜金桔广告项目项目编号：ZXCG4985997502023-001 |
| 3 | 竞标人资格：1.国内注册（指按国家有关规定要求注册的）具备独立法人资格，提供的服务或经营范围达到本次招标采购要求；2.对在“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)等渠道列入失信被执行人、企业经营异常名录、重大税收违法案件当事人名单及其他不符合规定条件的供应商，将被拒绝参与本次政府采购活动。3、本项目不接受未获取本招标文件的供应商竞标。4、本项目不接受联合体竞标，不得以任何形式转包或分包。 |
| 4 | 报价：竞标人在提交响应文件时提交项目的整体报价。 |
| 5 | 响应文件：正本一份；副本四份 |
| 6 | 响应文件递交截止时间：2023年8月24日24时00分。地址：广西柳州市鱼峰区新柳大道91号启元广场A座1512室 |
| 7 | 响应文件有效期：响应文件递交截止日期后60天。 |
| 8 | 开标时间：2023年8月25日09时30分开标地点：广西柳州市鱼峰区新柳大道91号启元广场A座1339室 |
| 9 | 评分标准：综合评分法（详细见第六章） |
| 10 | √设招标控制价**招标控制价：人民币肆拾元整（￥400000.00）** |

# 第三章 采购项目需求

采购项目技术规格、参数及要求

|  |  |
| --- | --- |
| 项目名称 | 微信朋友圈定向投放柳州脆蜜金桔广告项目 |
| 内容及要求 | 一、服务开展要求微信朋友圈定向投放柳州脆蜜金桔广告1.根据采购人要求完成柳州脆蜜金桔广告宣传内容的创作（图文及视频）。2.广告宣传投放时间：2023.11 - 2024.02，频次：白天12:00-14:00，晚上18:00-22:00，覆盖元旦、春节等假期。3.投放媒介：微信朋友圈常规式广告（图文及视频）。4.投放城市：江苏、浙江、上海、安徽、广东，优先选择此地域重点城市，城市热门商圈进行区域定点投放。5.投放定向：投放人群年龄要求20周岁以上；投放人群标签要具有高消费习惯、高价值标签。6.流量投放规划：11月脆蜜金桔即将上市时200万次曝光量；12月脆蜜金桔上市时300万次曝光量；元旦及其后15天内200万次曝光量；春节及其前15天内300万次曝光量。总计不少于1000万次曝光量。▲二、付款方式：本项目采取分期付款的方式：第一期：签订项目合同后15天内，甲方向乙方支付成交总额的50%作为项目前期经费。第二期：乙方提交的服务成果通过甲方验收后30天内，乙方向甲方提供全额的增值税发票后，甲方向乙方支付剩余的50%费用。★三、其他要求：（一）完成本“项目需求”中所列所有服务任务所产生的费用全部由中标供应商承担。报价至少包括以下费用：调研费、实施人员费用、组织专家评审费等以及增值税和其他与本合同有关的所有费用。▲（二）竞标人于响应文件中提供本项目的服务实施方案（自行编写），包含但不限于评定服务的：具体时间安排计划和进度措施、项目实施方案、实施人员计划、服务质量承诺等。服务实施方案内容不齐全的视为实施方案不合格，不予进入最终报价。 |

# 第四章 招标书格式

招标响应文件（封面）

采购项目名称：

采购项目编号：

竞标人名称：

法定代表人或授权委托代理人：

竞标人地址：

日 期： 年 月 日

**目 录（格式自拟）**

1. **报价表**

采购项目名称:

采购项目编号:

 单位：元

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 名称 | 项目要求(或技术参数需求) | 数量① | 单价(元)② | 单项合价（元）③＝①×② | 备注 |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |  |  |
| 合计金额： |  |
| 采购标的物提交时间： |
| 采购标的物提交地点： |

注：1、所有价格均用人民币表示，单位为元，精确到个数位。

2、报价指完成项目采购需求所列内容的服务费，包括专家咨询费、数据采集费、资料费、复印打印费、汇报费、图件设计费、培训、技术支持、住宿、办公、通讯以及交通等办公生活相关费用、合理的利润、必要的保险费用和售后服务、税金及其它所有成本、费用的总和。

法定代表人或法定代表人授权代表（签字）:

竞标人名称（签章）：

报价时间： 年 月 日

1. **竞标书**

（采购人名称）：

依据贵方（项目名称/项目编号）项目采购的招标邀请，我方（姓名和职务）经正式授权并代表竞标人（竞标人名称、地址）提交下述招标响应文件正本一份和副本四份。

1. 报价表；

2. 按招标文件竞标人须知和技术规格要求提供的有关文件；

3. 资格证明文件；

在此，授权代表宣布同意如下：

1. 将按招标文件的约定履行合同责任和义务；

2. 已详细审查全部招标文件，包括（补遗文件）（如果有的话）；我们完全理解并同意放弃对这方面有不明及误解的权力；

3. 同意提供按照贵方可能要求的与其招标有关的一切数据或资料；

4. 与本招标有关的一切正式往来信函请寄：

电话/传真： 电子函件：

日期： 年 月 日

竞标人或法定代表人授权代表签字：

竞标人名称（签章）：

开户银行： 帐号/行号：

1. **竞标人有效的“营业执照”副本复印件**
2. **拟派的项目总负责人的职称证书**
3. **项目实施方案（格式自拟）**
4. **项目实施人员（格式自拟）**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 姓名 | 本项目担任角色 | 备注 |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

1. **切实可行的售后服务和优惠承诺（格式自拟）**
2. **保证交货期（服务期）的措施（必须提供）；（格式自拟）**
3. **竞标人类似业绩**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 采购单位 | 项目名称 | 合同价款 |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

附：中标/成交通知书或采购合同复印件

**十、竞标人认为有必要的其他资料**

**十一、中小企业声明函**

本公司郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕 46号）的规定，本公司为（请填写：中型、小型、微型）企业。即，本公司同时满足以下条件：

1.根据《工业和信息化部、国家统计局、国家发展和改革委员会、财政部关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300号）规定的划分标准，本公司为（请填写：中型、小型、微型）企业。

2.本公司对上术声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

 企业名称（盖章）：

 日 期：

# 第五章 合同主要条款

项目名称：微信朋友圈定向投放柳州脆蜜金桔广告项目

项目编号： ZXCG4985997502023-001

甲方（买方）：

乙方（卖方）：

根据年月日微信朋友圈定向投放柳州脆蜜金桔广告采购项目的采购结果，甲方接受乙方对本项目的竞标，甲、乙双方同意签署本合同（以下简称合同）。

**1. 采购内容**

1.1 服务名称：微信朋友圈定向投放柳州脆蜜金桔广告项目

1.2 数量： 1项

1.3采购需求：

微信朋友圈定向投放柳州脆蜜金桔广告

1.3.1 根据甲方要求完成柳州脆蜜金桔广告宣传内容的创作（图文及视频）。

1.3.2 广告宣传投放时间：2023.11 - 2024.02，频次：白天12:00-14:00，晚上18:00-22:00，覆盖元旦、春节等假期。

1.3.3 投放媒介：微信朋友圈常规式广告（图文及视频）。

1.3.4 投放城市：江苏、浙江、上海、安徽、广东，优先选择此地域重点城市，城市热门商圈进行区域定点投放。

1.3.5 投放定向：投放人群年龄要求20周岁以上；投放人群标签要具有高消费习惯、高价值标签。

1.3.6 流量投放规划：11月脆蜜金桔即将上市时200万次曝光量；12月脆蜜金桔上市时300万次曝光量；元旦及其后15天内200万次曝光量；春节及其前15天内300万次曝光量。总计不少于1000万次曝光量。

**2. 合同金额**

2.1 本合同金额为（大写）人民币　　　　　　 （￥　　　　　　 ）。

**3. 完成时间和地点**

3.1 服务完成时间： 2024年2月底前

3.2 服务实施地点： 采购人指定地点

3.3 乙方必须按竞标文件承诺的服务响应条款向甲方提供服务。

**4. 权益**

4.1 乙方应保证所提供的服务或其任何一部分均不会侵犯任何第三方的专利权、商标权或著作权及其他权益。

4.2 乙方保证所交付服务的所有权完全属于乙方且无任何抵押、查封等产权瑕疵。如乙方所交付服务有产权瑕疵的，视为乙方违约，按照本合同第8.3项的约定处理。但在已经全部支付完合同款后才发现有产权瑕疵的，乙方除了支付违约金还应负担甲方由此产生的一切损失。

**5. 技术资料**

5.1甲方协助提供柳州脆蜜金桔宣传素材，乙方完成柳州脆蜜金桔内容的创作（图文及视频），经甲方同意后，微信朋友圈定向投放柳州脆蜜金桔广告。

5.2乙方所获得的柳州脆蜜金桔宣传素材、及创作的宣传图文和视频，为甲、乙双方共同所有。

5.3 没有甲方事先书面同意，乙方不得将由甲方提供的有关合同或任何合同条文、规格、计划、图纸、样品或资料提供给与履行本合同无关的任何其他人。即使向履行本合同有关的人员提供，也应注意保密并限于履行合同的必需范围。

**6. 验收**

6.1 乙方应对提交的服务成果作出全面检查和整理，并列出清单，作为甲方验收和使用的技术条件依据，清单应随提交的服务成果交给甲方。

6.2 乙方在指定地点提交服务成果后，甲方应在五个工作日内依据招标文件、乙方的竞标文件等组织验收，验收完毕后作出书面验收报告。

6.3 对复杂的服务，甲方可请国家认可的专业机构参与验收，并由其出具验收报告，相关费用由甲方承担。

**7. 合同款支付**

7.1 付款方式：签订项目合同后15天内，甲方向乙方支付成交总额的50%作为项目前期经费；乙方提交的服务成果通过甲方验收后30天内，乙方向甲方提供全额的增值税发票后，甲方向乙方支付剩余的50%费用。

7.2采购监督管理部门在处理投诉事项期间，可以视具体情况书面通知采购人暂停采购活动，并延期支付合同款。

**8. 违约责任**

8.1 甲方无正当理由拒收服务的，甲方向乙方偿付拒收服务费总值的百分之五违约金。

8.2 甲方无故逾期验收或办理合同款支付手续的，甲方应按逾期付款总额每日万分之五向乙方支付违约金。如因甲方上级政府单位办事流程时长问题，导致款项未能按时支付的，甲方可提供相应证明文件给乙方，乙方应免除违约金收取。

8.3 乙方逾期交付服务的，乙方应按逾期提供服务总额每日万分之五向甲方支付违约金，由甲方从待付服务费中扣除。逾期超过约定日期十个工作日不能提供服务的，甲方可解除本合同。乙方因逾期提供服务或因其他违约行为导致甲方解除合同的，乙方应向甲方支付合同总值百分之五的违约金，如造成甲方损失超过违约金的，超出部分由乙方继续承担赔偿责任。

**9. 不可抗力事件处理**

9.1 在合同有效期内，任何一方因不可抗力事件导致不能履行合同，则合同履行期可延长，其延长期与不可抗力影响期相同。

9.2 不可抗力事件发生后，应立即通知对方，并寄送有关权威机构出具的证明。

9.3 不可抗力事件延续120天以上，双方应通过友好协商，确定是否继续履行合同。

**10. 诉讼**

10.1 双方在执行合同中所发生的一切争议，应通过协商解决。如协商不成，可向合同签订地法院起诉，合同签订地在此约定为广西柳州市。

**11. 合同生效及其它**

11.1 合同经双方法定代表人或授权委托代理人签字并加盖单位公章后生效。

11.2 本合同未尽事宜，遵照《中华人民共和国合同法》有关条文执行。

11.3 本合同正本一式肆份，具有同等法律效力，甲乙双方各执贰份。

甲方： 乙方：

地址： 地址：

法定代表人： 法定代表人：

委托代理人： 委托代理人：

电话： 电话：

邮政编码： 邮政编码：

 开户银行：

 开户名称：

 银行账号：

合同签订地点：

合同签订日期：年月日

# 第六章 评分标准

**评标办法及评分标准**

**一、评标原则**

(一)评委构成：本招标采购项目的评标委员会由采购人代表和有关技术、经济等方面的专家组成，成员人数应当为三人或三人以上单数。

(二)评标依据：评委将以招竞标文件为评标依据，对竞标人的竞标报价、技术、业绩等内容按百分制打分。其中价格分10分;技术分80分；企业业绩分10分。

评标委员会认为竞标人的报价明显低于其他通过符合性审查竞标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；竞标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效竞标处理。

 (三)评标方式：以封闭方式进行。

**二、评定方法**

（一）对进入详评的，采用百分制综合评分法。

（二）计分办法（按四舍五入取至百分位）：

 **1、价格分……………………………………………………………………………10分**

 （1）竞标产品提供企业按《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕 46号）认定为小型和微型企业的（以竞标文件提供的符合规定生产厂家有关证明材料为准），对其竞标价给予20%的扣除，扣除后的价格为评标价，即评标价=竞标价×（1-20%）；除上述情况外，评标价=竞标价。

 （2）以进入评标的最低的竞标报价为10分。

（3）某竞标人价格得分 = ×10分

**2、技术分………………………………………………………………………………………80分**

**（1）总体实施方案分（满分15分）**

**1）**供应商项目策划设计方案偏离方向、落地执行效果差等或其他原因不满足招标文件的需求，不得分；

**2）**供应商项目策划设计方案简单，执行效果一般,基本满足本次活动的效果，得4分

**3）**供应商项目策划设计方案良好，对项目需求分析全面，符合本次活动的特性，有一定吸引力，能较好满足本项目需求，得7分；

**4）**供应商项目策划设计方案能够深入的理解和把握本项目的总体要求，并结合采购人实际情况和特色进行创意设计，充分了解“脆蜜金桔”品牌现状；设计方案（效果图）符合对外宣传定位和思考、布局合理、 重点突出；广告画面设计新颖、醒目、吸引眼球，特别能突出融安脆蜜金桔之乡特色风格，印象深刻， 细节考虑周到，充分满足本次活动的效果，得10分。

**（2）方案技术分（满分50分）**

根据本项目采购要求，在广告宣传投放时间、投放媒介、投放城市、投放定向、投放流量等5个方面，分别进行评分，每项10分。

**1）**广告宣传投放时间：完全不满足或部分满足采购需求的，得0分；除个别时间外，基本满足采购需求的，得6分；完全满足的得10分。

**2）**投放媒介：不属于微信朋友圈投放的，得0分；微信朋友圈投放图文或视频的，得6分；微信朋友圈投放图文、视频相结合的，得10分。

**3）**投放城市：上海、南京、杭州、合肥、广州、无锡、苏州、宁波、嘉兴、深圳、佛山、珠海等城市中，全部覆盖得10分，上海、南京、杭州、合肥、广州每缺少一个扣2分，无锡、嘉兴、深圳每少一个扣1分，苏州、宁波、佛山、珠海每少一个扣0.5分，扣完为止。

**4）**投放定向：完全不满足或部分满足采购需求的，得0分；除个别定向外，基本满足采购需求的，得6分；完全满足的得10分。

**5）**投放流量：完全不满足或部分满足采购需求的，得0分；除个别时间段的投放流量外，基本满足采购需求的，得6分；完全满足的得10分。

**（3）创意设计分（满分15分）**

以“脆蜜金桔”为主题，结合脆蜜金桔上市的不同时间段，提供3-4份宣传广告。设计紧扣主题，设计新颖且吸引眼球，具有一定的美感，得15分；设计紧扣主题，设计表现能力较普通,但能基本满足宣传需要，得10分；设计简单，流于形式，没有表现力的，得5分。

 **3、企业业绩分…………………………………………………………………………10分**

近三年以来投标人有微信朋友圈定向投放广告的优秀服务经验，并能用相关经验为本项目提供定制化服务，投标人需提供相关证明（包括但不限于合同复印件或中标通知书等证明材料）涉及秘密可部分遮挡，每服务一个类似项目，得2分，最多得10分。

（以上提供的业绩必须提供合同书或中标/成交通知书复印件加盖投标单位公章装订于投标文件中，不提供不予计分 ）。

（三）总得分 ＝1 + 2 + 3 。

**三、中标候选人推荐原则**

（一）评标委员会将根据得分由高到低排列次序（得分相同时，以竞标报价由低到高顺序排列；得分相同且竞标报价相同的，按技术指标优劣顺序排列）并推荐中标候选供应商。招标采购单位应当确定评审委员会推荐排名第一的中标候选人为成交人。排名第一的中标候选人放弃中标、因不可抗力提出不能履行合同，招标采购单位可以确定排名第二的中标候选人为成交人。排名第二的中标候选人因前款规定的同样原因不能签订合同的，招标采购单位可以确定排名第三的中标候选人为成交人，其余以此类推。采购人也可以决定重新采购。

（二）评标委员会认为，某竞标人的有效竞标报价或者某些分项报价明显不合理或者低于成本，有可能影响服务质量和不能诚信履约的，应要求其在规定的期限内提供书面文件予以解释说明，并提交相关证明材料，否则，评标委员会不推荐该竞标人为中标候选人。